

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian bersifat kuantitatif yang artinya jenis penelitian ini didasari pada asumsi, kemudian ditentukan variabel dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang valid. Penelitian kuantitatif lebih bersifat jelas, spesifik dan terperinci. Penelitian ini bersifat etik yang artinya mementingkan pandangan orang lain dan menunjukkan hubungan antar variabel. Pada penelitian kuantitatif analisis dilakukan setelah pengumpulan data.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang merupakan wilayah (dimana) penelitian tersebut akan digeneralisasikan, Widayat (2004). Dalam penelitian ini populasinya adalah semua orang yang telah membeli dan menggunakan sepeda motor merek Yamaha Mio di Malang dalam 5 tahun terakhir.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, (Sugiyono, 2005). Menurut Widayat (2004) pada setiap penelitian, ukuran sampel harus kisaran antara 30 dan 500. Jadi besar sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Peneliti mengambil sampel 100 orang dikarenakan populasi konsumen yang telah membeli dan menggunakan Yamaha

Mio di Malang tidak bisa dipastikan jumlahnya. Dan hal ini untuk efisiensi tenaga dan waktu yang dibutuhkan peneliti.

3.3 Teknik Sampling

Teknik yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan pada saat dan tempat yang tepat yang dipandang cocok sesuai karakteristik populasi maka dapat digunakan sebagai sampel.

Metode *accidental sampling* dirasa cocok dilakukan dalam penelitian ini karena peneliti dapat melakukan pengambilan sampel dimanapun peneliti berada dan secara kebetulan bertemu dengan seseorang yang menggunakan sepeda motor Yamaha Mio, yang nantinya peneliti menanyakan terlebih dahulu apakah orang ini hanya pengguna atau pembeli sepeda motor Yamaha Mio. Pertanyaan lain yang diajukan mengenai tahun pembelian Yamaha Mio. Jika seseorang tersebut telah sesuai dengan kriteria peneliti maka akan dijadikan sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penyebaran angket/kuisisioner. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan

responden untuk dijawabnya. Kuisisioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian pada objek penelitian yaitu Yamaha Mio. Penyebaran kuisisioner sendiri dilakukan dengan 2 cara yaitu *online* dan *offline*. Dalam hal ini peneliti membuat kuisisioner yang disebarakan melalui social media yang telah tertera persyaratan siapa saja yang dapat mengisi kuisisioner tersebut. Penyebaran *offline* dilakukan dengan cara peneliti membagikan secara langsung kuisisioner kepada responden yang bertemu dengan peneliti ditempat dan waktu yang tepat.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian dan variabel bebas (X) yaitu citra merek dan kualitas produk. Adapun penjelasan definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber
Citra Merek (X1) didefinisikan sebagai pandangan dan tanggapan konsumen tentang asosiasi merek Yamaha Mio	1. Kekuatan asosiasi merek yaitu keunggulan yang dimiliki suatu merek yang membuat merek tersebut juga unggul dalam persaingan	▪ Yamaha Mio diproduksi oleh perusahaan yang memiliki kredibilitas yang tinggi	Fatmawati & Soliha (2017)
	2. Keunikan asosiasi merek yaitu keunikan yang	▪ Desain sepeda motor Yamaha Mio ramping	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber
	dimiliki Yamaha Mio sebagai ciri khas merek tersebut		
	3. Kesukaan yaitu kemampuan merek agar mudah diingat oleh konsumen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Merek Yamaha Mio mudah dikenali ▪ Merek Yamaha Mio mudah untuk diingat 	
Kualitas Produk (X2) didefinisikan sebagai totalitas fitur dan karakteristik Yamaha Mio yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.	1. <i>Performance</i> atau kinerja, yaitu kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya atau manfaat dan khasiat yang dirasakan konsumen terhadap produk tersebut	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yamaha Mio memberikan kemudahan dalam pengoperasiannya 	Fatmawati & Soliha (2017)
	2. <i>Feature</i> , yaitu karakteristik yang ada dalam produk sebagai pembeda dengan produk lain	<ul style="list-style-type: none"> • Tarikan gas pada Yamaha Mio ringan 	
	3. <i>Reliability</i> , yaitu kehandalan dimiliki suatu produk	<ul style="list-style-type: none"> • Yamaha Mio merupakan sepeda motor yang handal (tidak mudah mogok) 	
	4. <i>Conformance</i> , yaitu kesesuaian produk dengan spesifikasinya yang telah ditentukan	<ul style="list-style-type: none"> • Yamaha Mio dikenal dengan motor matic yang irit bahan bakar 	
	5. <i>Durability</i> , yaitu daya tahan suatu produk	<ul style="list-style-type: none"> • Mesin Yamaha Mio dapat tahan lama 	
	6. <i>Aesthetic</i> , yaitu keindahan, keistimewaan atau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Model/Bentuk Yamaha Mio menarik 	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber
	daya tarik yang dimiliki suatu produk		
	7. <i>Perceived Quality</i> , yaitu kesan yang mampu diberikan produk	<ul style="list-style-type: none"> Yamaha Mio memberikan kualitas baik yang dapat dirasakan saat berkendara 	
Keputusan Pembelian (Y) didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan konsumen dalam menentukan pembelian terhadap Yamaha Mio	1. Membeli dengan tidak banyak pertimbangan	<ul style="list-style-type: none"> Konsumen tidak banyak mempertimbangkan merek lain sebelum membeli Yamaha Mio 	(Fatmawati & Soliha 2017) dan (Setiawati 2015)
	2. Keyakinan dalam pengambilan keputusan	<ul style="list-style-type: none"> Konsumen merasa bahwa membeli Yamaha Mio adalah keputusan yang benar 	
	3. Kemantapan dalam pengambilan keputusan	<ul style="list-style-type: none"> Konsumen merasa mantap untuk membeli Yamaha Mio 	
	4. Membeli karena untuk menunjang kegiatan sehari-hari	<ul style="list-style-type: none"> Konsumen merasa bahwa Yamaha Mio dapat menunjang kegiatan sehari-harinya dalam berkendara. 	

3.6 Teknik Penskalaan Data

Teknik penskalaan data dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Responden diminta menjawab persetujuan suatu objek psikologis tentang citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio.

Dalam skala *likert*, jawaban yang dikumpulkan dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan positif ataupun negatif. Untuk setiap pertanyaan akan diberi bobot sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Responden harus memilih dari salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia dari pertanyaan yang diajukan. Setiap pertanyaan akan diberi bobot sesuai dengan penilaian responden. Kemudian seluruh bobot akan dijumlahkan menjadi nilai total. Hasil dari penjumlahan tersebut akan diketahui bobot terbesar, dimana nilai terbesar menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yang diuji, yaitu keputusan pembelian. Dengan adanya skala likert ini diharapkan dapat memudahkan peneliti dalam menyusun daftar pertanyaan kuisioner.

3.7 Jenis dan Sumber data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan. Data ini dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui sumber nya dengan melakukan penelitian ke objek yang diteliti.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Validitas merupakan ciri yang harus dimiliki oleh instrument pengukuran karena berhubungan langsung dengan dapat tidaknya data dipercaya kebenarannya.

Dalam pengujian validitas penelitian ini menggunakan Corrected Item – Total Correlation . Pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir angket adalah :

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi terhadap skor total, artinya item angket dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi terhadap skor total, artinya item angket dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama (Ghozali, 2018). Dalam pengujian untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan rumus Alpha Cronbach yaitu :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan koefisien Alpha Cronbach dengan kriteria :

- 1) Jika nilai Alpha Cronbach $\geq 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai Alpha Cronbach $< 0,60$ maka dapat dikatakan tidak reliabel.

3.9 Alat Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, yaitu hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen. citra merek (X1), kualitas produk (X2), dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Secara umum model analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Citra Merek

X2 = Kualitas Produk

a = Konstanta

b = Koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas

Dari regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah regresi tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, baik secara simultan atau parsial.

3.10 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memperoleh suatu hasil analisis data yang sesuai dengan syarat pengujian Ghozal (2018). Uji asumsi klasik terdiri dari :

3.10.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali 2018).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat, jika antar variabel independen ada kolerasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. *Variance Inflation Factor* (VIP), dan nilai tolerance yang diperhatikan. Jika $VIF \geq 10$ dan nilai tolerance $\leq 0,10$ maka regresi terdapat gejala multikolinieritas, Ghazali (2018).

3.10.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari ngrafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residunya. Namun, menggunakan grafik plot tidak cukup akurat. Maka dari itu dalam penelitian ini uji heterokedastisitas menggunakan Uji Glejser agar data lebih akurat.

3.10.3 Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel berdistribusi normal atau tidak menurut Ghozali (2018). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 dengan dasar pengambilan :

- 1) Angka signifikasi Uji Kolmogorov-Smirnov Sig \geq 0,05 maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikasi Uji Kolmogorov-Smirnov Sig $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

3.10.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) menurut Ghozali (2018). Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi, dalam penelitian ini uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson.

3.11 Uji hipotesis

3.11.1 Uji signifikan parameter individual (Uji statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen Ghazali (2018). Dalam hal ini hipotesis yang digunakan adalah :

Ho : Citra merek atau kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

Ha : Citra merek atau kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji hipotesis di kriteriakan sebagai berikut :

- 1) Apabila probabilitas signifikan (Sig.) $\geq 0,05$ maka variabel independen tidak signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila probabilitas signifikan (Sig.) $< 0,05$ maka variabel independen signifikan terhadap variabel dependen.

3.11.2 Uji variabel dominan

Untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat maka digunakan uji Standardized Coefficient Beta dengan melihat nilai Standardized Coefficient Beta yang paling besar (Gurjati, 1997). Semakin besar nilai beta, maka semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependen.